

10. Об утверждении формы государственной статистической отчетности 1-стационар (Минздрав) «Отчёт о деятельности организации здравоохранения, оказывающей медицинскую помощь в стационарных условиях» и указаний по её заполнению [Электронный ресурс] : постановление Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 8 окт. 2014 г., № 170 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018.

УДК 614.27:174

## ИЗУЧЕНИЕ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ЛОЯЛЬНОСТЬ ПОЖИЛЫХ ПОСЕТИТЕЛЕЙ К АПТЕКЕ

*Троина С.Г., Кугач В.В.*

УО «Витебский государственный медицинский университет»

**Введение.** В условиях жесткой конкуренции аптечным организациям важно проводить оценку удовлетворенности и лояльности посетителей, что позволит сформировать с ними долгосрочные и взаимовыгодные отношения [1].

Существует множество методов оценки лояльности потребителей, однако наиболее часто применяемым, легким и практичным являются метод Кано, который зарекомендовал себя как эффективный механизм управления качеством товаров и услуг [1,2].

**Цель.** Изучить факторы, влияющие на лояльность пожилых посетителей к аптеке.

**Материал и методы исследования.** Было проведено анкетирование 365 посетителей аптек из различных регионов Республики Беларусь в возрасте 60 лет и старше. Среди респондентов 247 (67,67%) – женщины, 118 (32,33%) – мужчины. 97 (26,58%) анкетированных являлись работающими пенсионерами, 268 (73,42%) – неработающими пенсионерами.

Респондентам для оценки было предложено 13 факторов: 1. Расположение аптеки от места проживания/работы посетителя. 2. Наличие/отсутствие автомобильной парковки рядом с аптекой. 3. График работы аптеки 4. Количество ассортиментных групп (видов) товаров, представленных в аптеке. 5. Цены на лекарственные препараты в аптеке. 6. Наличие/отсутствие скидок на лекарственные препараты. 7. Оформление витрин в аптеке. 8. Предоставление исчерпывающей информации о приобретаемом товаре в аптеке. 9. Компетентность фармацевтических работников в аптеке. 10. Доброжелательность фармацевтических работников. 11. Рекламные стенды, информационные киоски с информацией о лекарственных препаратах. 12. Дополнительные услуги в аптеке (измерение уровня артериального давления). 13. Современные технологии обслуживания населения в аптеке (электронная очередь).

По каждому фактору задавали 2 типа вопроса: 1. Если фактор присутствует, как Вы к этому относитесь? 2. Если фактор отсутствует, как Вы к этому относитесь?

По каждому вопросу предлагалось 5 вариантов ответа: 1. Мне это нравится. 2. Так должно быть (это абсолютно необходимо). 3. Мне все равно (для меня это не имеет значения). 4. Я могу с этим жить (спокойно воспринимаю) 5. Мне это не нравится (меня это не устраивает).

Ответы респондентов по каждому фактору распределяли в специальной таблице Кано, ответ по позитивной части сопоставлялся с ответом по негативной части вопроса (таблица 1).

Таблица 1 – Внешний вид таблицы Кано

Атрибут		Отсутствует				
Присутствует		Нравится	Так должно быть	Безразлично	Спокойно воспринимаю	Не нравится
	Нравится	Q	A	A	A	O
	Так должно быть	R	I	I	I	M
	Безразлично	R	I	I	I	M

	Спокойно воспринимаю	R	I	I	I	M
	Не нравится	R	R	R	R	Q

Применяли следующие обозначения: А – привлекательный, М – необходимый, R – чем выше степень присутствия фактора, тем ниже удовлетворенность посетителя аптеки (обратная зависимость), О – линейный, Q – сомнительный результат, I – безразличный.

В конечном результате все факторы были разделены на 4 группы: 1. Необходимые, т. е. их отсутствие вызывает негативную реакцию посетителя аптеки, присутствие не увеличивает удовлетворение. 2. Линейные, когда для посетителя важно наличие фактора, от этого зависит степень его удовлетворенности. 3. Привлекательные, т.е. присутствие увеличивает удовлетворение посетителя аптеки, однако отсутствие не влияет на лояльность. 4. Безразличные, т.е. посетитель аптеки безразличен к наличию либо отсутствию фактора [2].

**Результаты и обсуждение.** Установлено, что большинство исследуемых факторов (9 из 13) относятся к одномерным, то есть они оказывают непосредственное влияние на лояльность посетителей к аптеке. Это такие факторы как: месторасположение аптеки, график работы, наличие максимального количества ассортиментных групп товаров, более низкие цены по сравнению с другими аптеками, наличие скидок, информативные и эстетично оформленные витрины, предоставление фармацевтическим работником исчерпывающей информации о приобретаемом товаре, наличие в аптеке компетентных и доброжелательных фармацевтических работников.

К привлекательным факторам относятся возможность получить дополнительные услуги в аптеке (измерить уровень артериального давления), наличие современных технологий обслуживания (электронная очередь).

Безразличные факторы для посетителей – это наличие автомобильной парковки рядом с посещаемой аптекой, рекламных стендов, информационных киосков с информацией о лекарственных препаратах.

**Выводы.** Определено, что для формирования высокой лояльности посетителей к аптеке огромное значение имеет ряд факторов: месторасположение и график работы аптеки, грамотная ассортиментная и ценовая политика, информативность витрин, компетентность и доброжелательность фармацевтических работников.

#### **Литература:**

1. Галкина, Г.А. Метод Кано как инструмент оценки вклада параметров деятельности аптечной организации в формирование ценности фармацевтической помощи / Г. А. Галкина, В. В. Дорофеева, Н.Д. Гибатдинова // Современные проблемы науки и образования : электрон. науч. журн. – 2013. – №1.

2. Яшина, П.В. Использование метода Кано для оценки удовлетворенности потребителей и совершенствования программ лояльности / П.В. Яшина // Экономика и эффективность организации производства. – 2012. – №17. – С. 101-103.

**УДК 614.88:615.1(470)(476)**

## **ОКАЗАНИЕ ПЕРВОЙ ПОМОЩИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ. ОБЯЗАННОСТЬ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ РАБОТНИКОВ**

***Шабунин Е.С., Кугач В.В.***

УО «Витебский государственный медицинский университет»

**Введение.** Своевременное оказание первой помощи населению способствует получению эффективных результатов при оказании ему в дальнейшем медицинской помощи.

**Цель работы.** Сравнить нормативно-правовое и методическое обеспечение оказания первой помощи в Российской Федерации и Республике Беларусь и обязанности фармацевтических работников по ее оказанию.